

力推全谷物食品更多更快走上餐桌

国家粮食和物资储备局日前明确提出,以全谷物进食堂为突破口,大力推进国家全谷物行动计划,促进科学膳食、营养健康。这意味着全谷物推广正从理念倡导迈入系统性落地实施新阶段。随着全谷物食品逐步进入机关、企业、学校食堂,人们的日常膳食结构将持续得到优化,为粮食安全注入深层的营养内涵。

全谷物是天然的“营养素包”,在加工过程中完整保留谷粒具备的胚乳、胚芽、麸皮及其天然营养成分。与精制谷物相比,它最大限度地保留了谷物中天然的膳食纤维、微量营养素以及多种生物活性物质。目前,我国居民膳食结构仍面临精制谷物摄入过多、全谷物及杂粮严重不足的困境。数据显示,当前我国全谷物消费占谷物消费的比例不足1%。自2024年年底发布《国家全谷物行动计划(2024—2035年)》以来,经过一年多持续宣传与推广,公众对全谷物食品的认知逐步深入。如今,越来越多的人认识到全谷物食品有利于健康,并主动选择将其作为日常饮食的一部分。

将全谷物推上日常餐桌,还存在很多困难,主要因为全谷物食品在感官体验、加工适配与消费惯性等方面,与当前主流饮食体系之间存在系统性错位。全谷物因富

全谷物是天然的“营养素包”。通过日复一日持续场景化渗透,使全谷物食品在不知不觉中成为就餐者的自愿选择,让全谷物食品从“食堂窗口”走上日常餐桌,实现全民膳食结构的自然转型。

含膳食纤维而口感较为粗糙,因胚芽中有油脂,保质期较短,与人们长期形成的“精米白面”饮食习惯存在感官代差。现代社会生活节奏快,全谷物食品烹饪耗时较长,与追求便利的饮食方式相冲突。产业链方面,从育种、加工到销售,全谷物缺乏成熟体系,加工技术瓶颈导致产品易变质、口感不佳;全谷物食品消费少,生产规模有限,无法薄利多销,定价普遍偏高;市场缺乏统一标识标准,难辨真伪。虽然健康理念已普及,但消费者缺乏具体食用指导,常因口感不适应、消化不耐受或烹饪不便等问题而难以坚持。这些因素相互交织,形成从生产到消费端的系统性推广阻力。

选择食堂作为推广全谷物食品的突破口,能有效解决推广中的痛点难点。一是食堂作为数亿人日常饮食的主要供给者,覆盖人群广、就餐规模大,能快速实现全谷物消费场景的规模化渗透,还可通过集中

采购、政策补贴等方式,降低推广成本和终端售价,有效缓解因价格偏高而对个人消费形成的抑制。二是食堂具有行为干预的“场景化”优势。全谷物食品以“默认选项”融入日常餐饮,无形中培养消费者饮食习惯,帮助公众逐渐适应全谷物口感,形成味觉记忆。三是食堂率先推行全谷物食品,可增强公众信任感,带动餐饮行业、家庭场景跟进,形成“以点带面”的扩散效应。四是食堂餐饮流程标准化程度高,技术适配空间大,容易统一原料配比,并通过烹饪工艺改善全谷物食品的口感,保证全谷物产品的营养品质。

任何革新都需跨越惯性的沟壑,饮食变革尤其如此。全谷物推广之路,注定要与根深蒂固的饮食偏好进行一场漫长的磨合。长期适应了精粮绵软口感的部分群体,需要一个味觉适应的过程。在食堂推广全谷物食品,不能简单地一换了之,需系统规划、渐进实施,逐步提升主食中全谷物占比。需在

烹饪技艺上不断创新,探索如何通过食材科学搭配、优化烹制方法来改善口感、提升风味。更重要的是,食堂作为生动的食育课堂,可通过设立固定窗口、定期开展主题活动,让消费者逐渐了解全谷物食品的营养优势。通过日复一日持续场景化渗透,使全谷物食品在不知不觉中成为就餐者的自愿选择,让全谷物食品从“食堂窗口”走上日常餐桌,实现全民膳食结构的自然转型。

这场始于食堂的饮食变革,一旦成势,将重塑主食消费观念,推动主食消费从“吃得精细”向“吃得营养”转变。当全谷物的芬芳浸润一代人的饮食记忆,我们将迎来一个更健康、更具饮食智慧的社会,塑造出更可持续、更具韧性的饮食风尚。



年轻人为何热衷“技能社交”

刘 莉

如今,一种以分享特长、交换知识为核心的新社交方式正在年轻人中流行起来。人们通过线上召集、线下见面的形式,围绕摄影、编程、乐器甚至投资分析等具体技能,组成小组,结伴学习。这种形式借鉴了海外职场中常见的“Coffee Chat”(喝咖啡聊天),但少了些功利色彩,更多是“以技会友”,在松弛的氛围中实现共同成长。它将学习、交友与个人成长融合在一起,为年轻人创造了一个既能提升自己,又能拓展人脉的独特方式。

从表面看,这是对真实交流的渴望。在数字资源触手可及的时代,年轻人为何还愿意为了一项技能专门线下见面?原因在于,屏幕前的独自学习虽然方便,却无法提供即时反馈和同伴间的温度。面对面的“技能社交”,让参与者可以随时提问、分享心得,解决实操中的难题。这种互动不仅学得扎实、更有趣,还能在共同爱好中找到归属感,这是线上课程难以提供的。

往深处想,这其实是对自我能力的主动投资。当下的就业市场变化迅速,对个

人的综合能力提出更高要求。“技能社交”就像是年轻人自主搭建的学习平台,它鼓励大家把兴趣变成可以互相切磋、彼此借鉴的实用本领,通过一次次聚会和练习,持续为个人能力“添砖加瓦”。

与传统的以消费或人情为核心的社交不同,“技能社交”以生产与创造为导向。不同行业、背景的参与者围绕同一项技能深入交流时,常常能擦出意想不到的火花,甚至催生小微项目或合作机会。参与者在过程中积累的不仅是更娴熟的技能,还有宝贵的社会连接——通过社交串联起分散的资源与机会,为个人发展赋予新的可能。

要让这种社交模式健康地持续下去,关键在于守护“真诚分享、共同成长”的初衷。参与者需要共同维护开放、互助的氛围,避免其异化为另一种形式的内卷竞争或功利性人脉拓展。平台与社区组织者可适度引导,建立良性规则,帮助大家聚焦内容、深入讨论。从社会层面来看,这种自发、互助的学习形式值得关注和鼓励,它是终身学习与社区活力的生动体现。

产学研深度融合,是科技创新引领产业升级的重要一招,也是提升创新人才培养效率的必要路径。当前,如何通过建立健全产学研一体推进的协调机制,推动科技自主创新与人才自主培养良性互动,成为题中应有之义。

从时代背景看,产学研协同育人是增强国家战略人才力量的必然要求。通过产学研协同,将人才培养嵌入产业发展与技术创新全过程,有利于引导科研攻关和人才供给更加精准对接国家和区域发展需求,推动科技成果加快转化为现实生产力,为高质量发展提供有力的人才支撑。根据《中国科技成果转化年度报告2025》,2024年全国高校院所科技成果转化总合同金额高达2269.1亿元,校企共建的研发与转化平台总数近2万家,推动415家单位迈入“亿元级”转化行列,表明我国产学研合作正从“单点突破”迈向“体系化推进”的新阶段。

在实践过程中,当前的产学研协同育人仍面临一些现实掣肘,协同效能有待进一步提升。例如,育人形态存在偏差,思创融合深度不够,部分创新创业教育偏重技术应用和成果转化,对技术伦理、社会责任和价值导向关注不够。又如,协同机制尚不健全,高校、企业和科研机构在育人目标、运行机制和评价标准等方面仍存在差异,产学研协同在部分情况下停留在项目合作层面。此外,评价导向仍需完善,育人成效评价依旧以数量指标和阶段性成果为主,对人才服务经济社会发展的实际贡献反映不够充分,制约了协同机制的持续深

增强产学研协同育人效能

向的基础上增强系统观念,多措并举。

创新协同模式,提升运行效能。顺应数字技术发展趋势,推动产学研协同由“项目合作”向“机制共建”转变,通过共建课程、平台和载体,将人才培养嵌入技术研发和人工智能产业应用场景,促进教育链、产业链与创新链深度融合。畅通高校、科研院所与企业之间的人才交流通道,提升人才供给与产业需求的匹配度,加快构建协同高效的人才培养体系,切实回答好“培养什么人、怎样培养人、为谁培养人”这一问题。

健全制度保障,完善评价激励机制。坚持以创新能力、质量、实效和贡献为评价重点,深化项目评审、机构评估和人才评价改革,完善面向人工智能时代的产学研协同育人制度安排,加强人才协作、优化人才结构,推动人才培养评价模式稳定运行。统筹资源配置,完善分类评价体系,将协同育人、成果转化等指标纳入高校与企业考核,形成“政策—资源—考核”三链耦合的保障体系。

突出思政引领,校准创新育人方向。以建设融合青年大学生兴趣与主流价值观的短视频资源为切入口,以建设优质网络思想政治资源数据库为基础,实现从“大水漫灌”式传统思想政治教育模式向“精准滴灌”式数智化思政育人模式的转变。支持有条件的名校根据国家以及市场、产业发展需求,优化学科布局,加强基础学科、新兴学科、交叉学科建设。推进与行业企业联合招生、联合培养,积极引导企业参与创新人才培养全过程,探索建立以创新为导向的人才培养机制。



王 鹏作(新华社发)

向金融“黑灰产”亮剑

近日,金融监管总局、公安部持续加大工作协同力度,深化行政执法与刑事司法衔接,重拳出击严厉打击金融领域“黑灰产”突出违法犯罪行为,取得积极成效,并公布了第二批典型案例。此次发布的典型案例包括以“代购买房”为名实施非法放贷型非法经营案,虚构经营材料实施贷款诈骗案,招募“白户”实施贷款诈骗、骗取贷款案,以“短期退保”名义实施合同诈骗案,非法购买公民个人信息“代理退保”案。打击此类犯罪需凝聚多方合力,推动长效治理。监管部门须持续巩固“监管+公安”协同办案机制,实现打击震慑和处置成效相统一。金融机构则应承担主体责任,运用数字化手段加强风险监测预警。此外,广大金融消费者需增强防范意识,警惕“代理维权”等话术陷阱,通过正规渠道维权。

(时 锋)

推动农业绿色转型向纵深挺进

张梅艳 郎珺荷

来自农业农村部的信息显示,2025年我国农业发展全面绿色转型迈入关键阶段。农业绿色发展进步明显,从优质农产品供给到产业链升级,生态效益与经济效益同步提升,为农业现代化注入强劲动能。

5年来,我国农业绿色发展实现了从理念到实践的深刻转变,呈现出资源利用高效、产业形态优化、效益稳步提高的鲜明特征。在保障粮食安全的基础上,资源保护与利用成效显著,全国耕地面积达到19.4亿亩,累计建成高标准农田超10亿亩。产业生态化转型深入推进,长江流域10年禁渔让土著鱼类种类增加36种,水生生物完整性指数大幅提升,沿江地区兴起生态渔业和绿色种养;黄河流域水土保持率达到69.07%,沿岸农民通过生态产品价值实现增收。优质农产品供给持续扩容,全国绿色、有机、名特优新和地理标志农产品总数达8.6万个,农民获得实实在在的收益。绿色已成为农业产业升级的核心竞争力之一。

放眼全球,农业绿色转型已成为各国竞相未来发展主动权的战略高地。欧盟推进“从农场到餐桌”战略,目标到2030年将化学农药使用量减少50%、化肥使用量减少20%,主要通过

严格立法和高额补贴驱动。美国农业部实施“气候智慧型农业”计划,通过市场化碳交易机制激励农场主采用保护性耕作和覆盖作物种植,减少化学投入品使用。相比之下,我国的农业绿色转型展现出鲜明的中国特色。我们在保障14亿多人口粮食绝对安全前提下实现减量增效,始终坚持“山水林田湖草沙一体化保护和系统治理”,通过农业社会化服务体系将分散小农户纳入绿色生产轨道,在水资源高效利用、化肥农药减量等方面取得明显成效,走出了一条大国小农背景下兼顾粮食安全、生态保护与农民增收的独特道路。

目前,我国农业绿色转型还面临技术创新不足、转化应用不畅、政策协同不够等现实瓶颈。面向“十五五”,推动农业绿色转型向纵深挺进,亟须多维度协同发力、久久为功。

强化科技创新赋能。加快构建适应绿色发展需求的农业科技创新体系,聚焦生物育种、农业废弃物资源化利用等关键领域集中攻关。推进数字技术与农业绿色发展深度融合,利用人工智能、大数据建立农业碳足迹监测体系,推动生产从“凭经验”向“靠数据”转变,让先进技术

前不久召开的全国商务工作会议将“激发下沉市场消费活力”列为“深入实施提振消费专项行动”核心工作之一。涵盖三线及以下城市、县镇与农村地区下沉市场,承载着我国70%的人口和60%的社会消费品零售总额,正成为拉动国内消费增长的新动能。激发下沉市场消费活力,是大力提振消费、建设强大国内市场的战略举措,对于加快构建新发展格局、推动高质量发展,具有重要战略意义。

近年来,我国下沉市场活力持续迸发,呈现出人口基数大、边际潜力高、结构升级快的显著特征,拥有超9亿消费者,消费规模稳步扩大,乡村市场增长持续快于城镇,消费结构正从“以基本消费为主”转向“品质化、服务化、数字化”并行发展。这些特征相互叠加,共同推动下沉市场成为提振消费的重要场域。从国际情况看,新兴经济体普遍将下沉市场视为拉动消费、推动经济增长的重要引擎。印度大力推进“数字印度”战略,着力在边远乡村普及光纤网络和移动宽带,弥合城乡数字鸿沟,激活乡村消费。泰国则持续推进“一村一品”项目,推动线上购物向乡村延伸,同时积极培育银发经济,促进消费增长。相较之下,我国激发下沉市场消费活力有三方面独特优势:一是拥有超大规模的市场优势,为新业态新模式新场景竞相涌现提供了广阔空间;二是具备强大的产业链供应链优势,有利于进一步丰富消费供给,满足消费需求;三是具有显著的政策优势,能够推动资源要素下沉,为市场注入持久动能。

要清醒认识到,当前我国下沉市场仍面临流通设施不足、市场环境不佳、业态融合空心化、消费场景同质化等突出问题,是制约消费活力释放的堵点。进一步激活这片增量的“蓝海”,要在多方面加强部署。

提升流通设施,打通消费阻隔。加快建设涵盖高铁、高速公路、港口群、航空货运枢纽和物流节点的国家综合立体交通网络,打通跨区域流通“大动脉”。继续完善县乡村三级物流体系,建设县级共配中心、乡镇服务站和村级服务点,畅通消费品下乡和农产品出村“微循环”。建立统一的物流信息标准和构建国家级物流大数据平台,打破“信息孤岛”,实现运输状态、库存信息等关键数据实时共享,推动智慧物流建设,鼓励有条件的地区有序发展无人机支线运输和末端配送业务,不断提升流通效率,降低流通成本。

优化市场环境,增强消费信心。强化监管体系,创新深化“AI+非现场监管”模式,严厉打击假冒伪劣、虚假宣传等违法行为,规范市场秩序。加强社会信用体系建设,记录、公开经营主体信用信息,健全守信激励和失信惩戒机制,助力消费者作出明智选择。完善消费维权服务体系,畅通投诉举报渠道,加强消费维权服务站点建设,优化消费纠纷快速处理与多元化解机制,维护消费者权益。

深化业态融合,拓展消费空间。加强人工智能、物联网、云计算等技术在下沉市场的创新运用,加速一二三产业融合。推动农业与旅游、教育、康养等产业深度融合,发展休闲垂钓、研学科普、民俗康养等休闲农业新业态。深化先进制造业和现代服务业融合发展,加快发展服务型制造,壮大柔性生产、云制造、共享制造、虚拟制造、工业电商等新业态。推进文化和旅游深度融合,持续丰富“非遗+旅游”“演出+旅游”等业态,深化“文旅+百业”“百业+文旅”,因地制宜发展旅居休闲、避暑避寒等业态。

丰富市场供给,提振消费意愿。发展首发经济、银发经济、冰雪经济、低空经济,聚焦数字消费、绿色消费、健康消费,激发新业态新模式。系统构建数字化生态体系,大力促进线上线下融合,打造沉浸式、体验式场景。完善绿色制造服务体系,在新能源汽车、绿色家电家装、绿色餐饮等方面积极打造绿色消费场景。推出健身运动新品牌,建设一批商旅文体健康深度融合的品质消费集聚区。

(作者系北京航空航天大学首都高校党建研究基地研究员)